

Bereit für KI in der Marktforschung?

Wie Chat GPT & Co. die Marktforschung nicht nur schneller sondern auch besser macht.

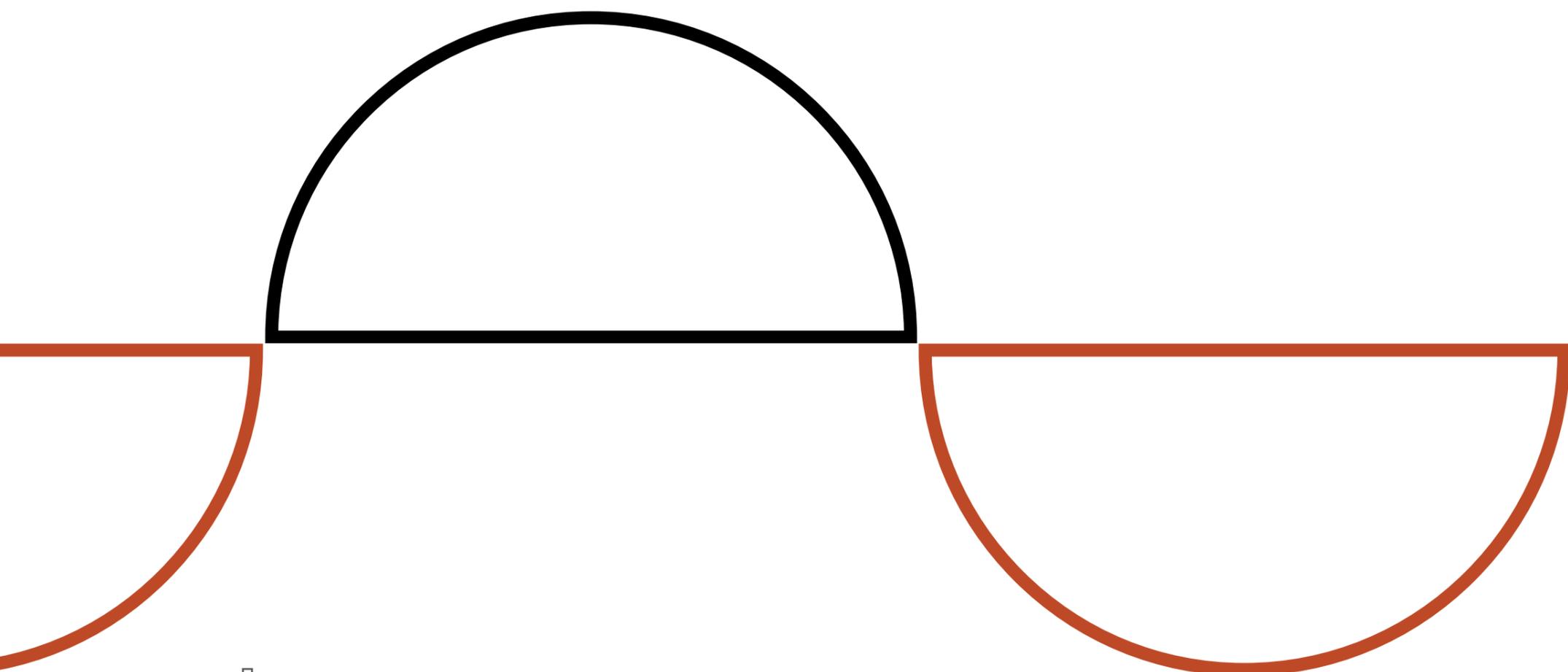


www.straight.one

Effizienter & schneller

Eigentlich bereits eine Binsenweisheit!

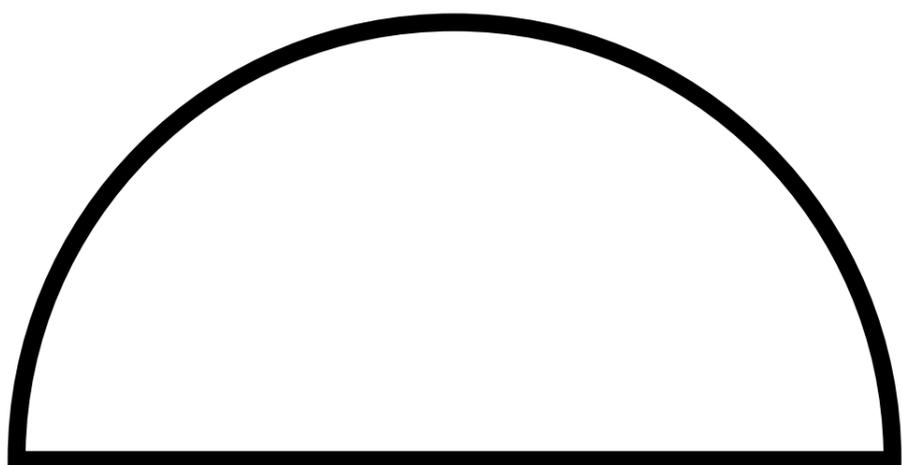
Egal ob Fragebogenerstellung oder Datenanalyse. KI reduziert hier viele manuelle Aufwände und gibt gute Inspiration. Dennoch auch hier ist das menschliche "Finish" entscheidend



Gefahr: Garbage in Garbage out

Wichtig ist zu wissen, welche Informationen man eigentlich sucht und wie man "richtig" danach fragt.

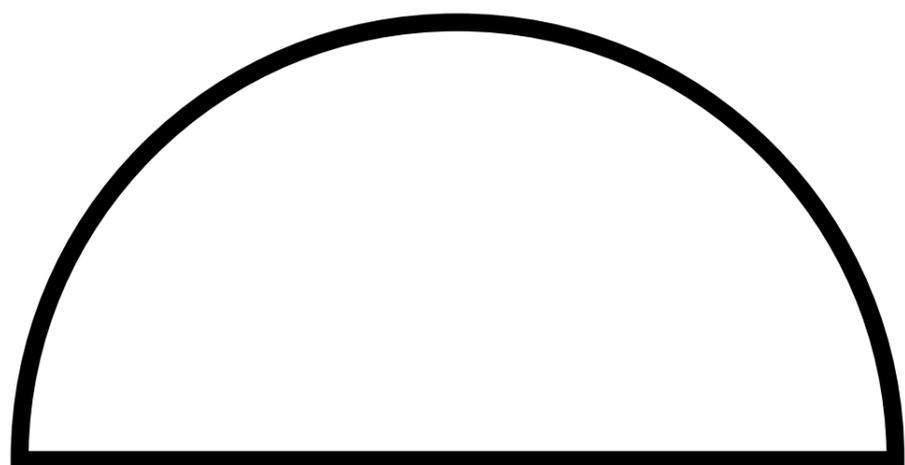
Denn klar ist, wenn der Input nicht stimmt, passt auch der Output nicht. Daher wird es noch wichtiger fachkundig & mit der nötigen Expertise an die Sache ranzugehen.



Keine Forschung ohne klares Ziel!

**Wichtiger denn je - ein klares Business Ziel
hinter jeder Fragestellung.**

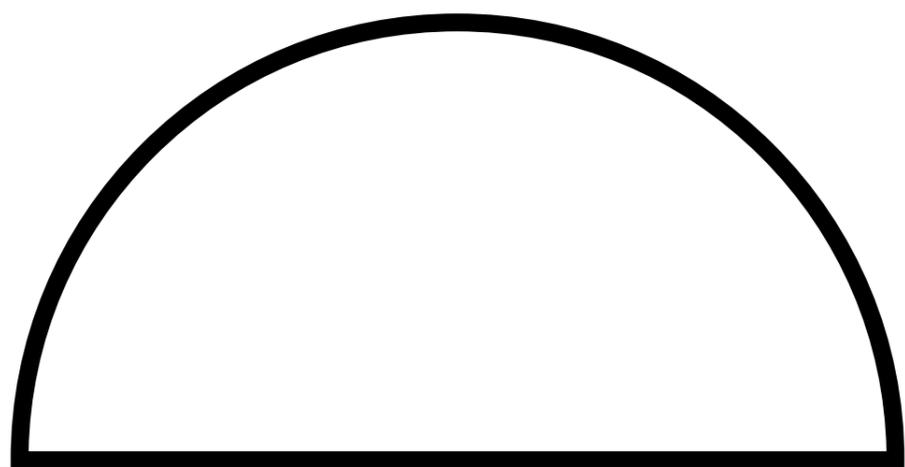
Je klarer das Businessziel hinter der
Forschung ist und je klarer & zielgerichteter
die zu überprüfenden Hypothesen &
Zielfragen sind - desto besser der Output



Kunden verstehen? Geht nur mit System!

Ohne Verhaltens-Modell des Menschen lässt man entscheidende Chancen liegen.

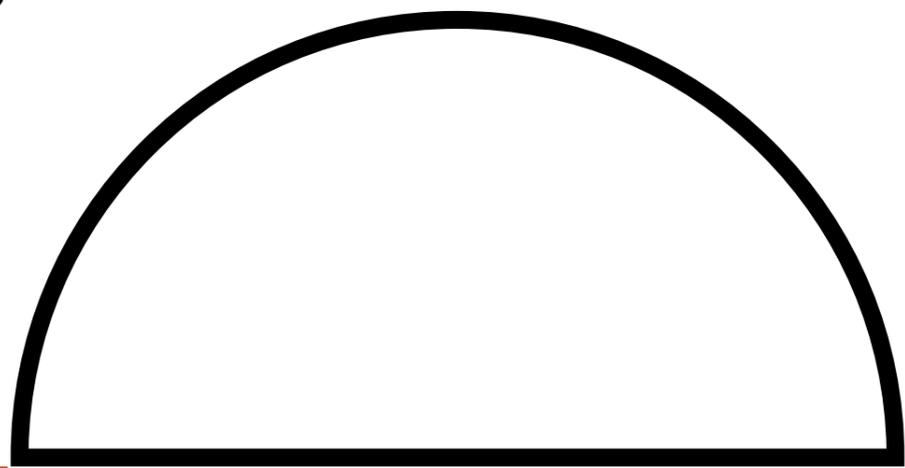
Handlungsrelevante Insights kann man - oder die KI - nur herausarbeiten, wenn man ein Modell vom Menschen und sein Verhalten hat. Sonst bleiben die Erkenntnisse oft zu wenig handlungsrelevant und die Umsetzung in Lösungen ist deutlich schwieriger.



Nicht nur schneller sondern, auch besser!

**Mit richtigen Werkzeugen und Modellen
bessere Erkenntnis- und Lösungsqualität
erreichen.**

Durch den Einsatz von Promptalgorithmen die auch auf die wissenschaftlich belegten Verhaltensheuristiken und Nudgingprinzipien reflektieren, bekommt man nicht nur schneller sondern auch treffsichere Ergebnisse.



Spannende Zeiten, oder!

Lust auf einen kurzen Austausch?

Ich freue mich drauf!

Michaela.Verdel@straight.one

str
81
straightone

www.straight.one

